



Turistička zajednica  
grada Dubrovnika  
Dubrovnik  
Tourist Board

Program rada s financijskim planom  
Turističke zajednice grada Dubrovnika  
za 2017. godinu

## UVOD

Hrvatska je i u 2016. zadržala poziciju jedne od vodećih turističkih destinacija Mediterana, a Dubrovnik je prepoznatljiv turistički brend temeljen na spoju jedinstvenog povijesnog i kulturnog nasljeđa skladno isprepletenog sa dinamičnom sadašnjicom, čini okosnicu turističkog prometa regije, slijedeći cilj daljnjeg razvitka kvalitete i viziju imidža globalne „upscale“ destinacije. Kao potvrda kvalitete dubrovačkog turizma, i u 2016. su čak dvadest dana ranije nego prošle godine ostvarena 3 milijuna noćenja. Do kraja godine se očekuje da će biti premašeno 1.000.000 dolazaka i 3.500.000 noćenja, te je realno očekivati povećanje turističkog prometa od najmanje 5% u 2017 godini. Visokokvalitetni hotelski smještaj i profesionalni kongresni sadržaji, rastuća ponuda smještaja u apartmanima i sobama, raznovrsna ugostiteljska ponuda prepoznata oznakom Dubrovačke kvalitete, te jačanje kulturno-zabavne ponude i kreiranje novih sadržaja, temelj su jačanja pozicije Dubrovnika kao brenda na svjetskom turističkom tržištu, čemu pridonose iskazane aktivnosti planirane u programu rada i financijskom planu Turističke zajednice grada Dubrovnika. Turistička zajednica grada Dubrovnika je prije tri godine osmislila i realizirala novi uspješan projekt Good Food Festival u okviru novih proizvoda i projekata produženja turističke sezone, koji i u svom trećem izdanju 2016. privlači pažnju velikog broja stranih novinara i grupa koje su ciljano bookirane upravo za ovo događanje.

Sukladno izrađenoj strategiji razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije i Strategiji turizma RH, strateški cilj i jedna od glavnih zadaća TZGD u 2017. je sustavno raditi na podizanju razine turističke ponude s naglaskom na predsezonu i posezonu, postići optimalan razvoj turističkog proizvoda, uskladiti ga sa zahtjevima tržišta i trendovima njegova kretanja. Turistička zajednica grada Dubrovnika provodit će, u suradnji sa sustavom HTZ –a sve mjere Hrvatske Vlade kako bismo ispunili očekivanja naših članova i bili spremni za izazove turističke 2017. godine.

Program rada s financijskim planom TZ grada Dubrovnika za 2017. godinu izrađen je temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa (ostvarenog i procijenjenog) na području grada Dubrovnika i u Hrvatskoj za 2016. godinu
- iskustava iz prijašnjih godina

Važno je napomenuti da je Program rada i financijski plan izrađen i u skladu sa strateškim dokumentima - Strategijom razvoja turizma RH do 2020., SMPHT 2014 -2020 i Strategijom razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije 2012. - 2022.

U tijeku je izrada 1. faze Strategije razvoja turizma i odredbe kruzing turizma na području grada Dubrovnika, čiji je izrađivač Sveučilište u Dubrovniku.

Jedna od glavnih zadaća TZ grada Dubrovnika jest koordinacija djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude.

Program rada i financijski plan TZ grada Dubrovnika za sljedeću 2017. godinu usmjeren je prema nastavku snažnih promotivnih aktivnosti posebice na emitivnim tržištima koja su

značajna za našu destinaciju kroz modele udruženog oglašavanja s posebnim naglaskom na programe oživljavanja turističkog prometa tijekom zime, odnosno u predsezoni i posezoni.

TZ grada Dubrovnika namjerava nastaviti racionalno i učinkovito ulaganje sredstava u aktivnosti koje su važne za rezultate 2017. godine, uz sustavno podizanje kvalitete turističke ponude kroz sve segmente koji je sačinjavaju.

Pri sačinjavanju plana za sljedeću godinu Ured Turističke zajednice Grada Dubrovnika je uzeo u obzir i komparativnu analizu ostvarenih rezultata u posljednjih nekoliko godina, već spomenuta predviđanja turističkih kretanja temeljena i na informacijama iz predstavništava Hrvatske turističke zajednice u svijetu, kao i potrebe turističkog gospodarstva grada Dubrovnika.

Financijski plan za 2017. godinu se temelji na procijenjenim ostvarenjima 2016.godine, odnosno realiziranom turističkom prometu prema statističkim podacima koje prikuplja turistička zajednica putem novouspostavljenog sustava eVisitor. Svi relevantni pokazatelji upućuju na ostvarenje uspješne 2016. turističke godine. Prema podacima na dan 10.10.2016., u prvih devet mjeseci 2016. godine ostvareno je 3.093.866 noćenja, što je za 12% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ukupni broj dolazaka za isto razdoblje je 881.987 odnosno 11% više nego u 2015.g.

Dodatno, prema podacima Nautike (charteri i plovila), u prvih devet mjeseci ostvareno je 22.924 dolazaka, 13% manje nego u istom razdoblju prošle godine uz 225.191 noćenja što je 5% više nego u 2015. godini.

Top listu država iz kojih dolaze posjetitelji u prvom dijelu godine predvode turisti iz Velike Britanije sa 133.840 dolazaka i čini 15,17% udjela u ukupnom broju dolazaka uz ostvarenih 680.614 noćenja što je 22% udjela u ukupnim noćenjima. Slijede turisti iz Francuske s ostvarenih 64.096 dolazaka i 7,27% udjela i 211.267 noćenja, što čini 6,83% udjela u noćenjima, zatim slijede turisti iz SAD-a s 71.748 dolazaka i 8,13% udjela u ukupnim dolascima i 207.280 noćenja što čini 6,70% udjela u ukupnim noćenjima. Posjetitelji iz Njemačke su ostvarili 49.296 dolazaka i 204.345 noćenja. Turisti iz Španjolske su ostvarili 47.299 dolazaka i 125.633 noćenja. Domaći turisti su ostvarili 41.474 dolazaka uz 117.156 noćenja. Značajne pokazatelje bilježe u nizu i tržišta Švedske, Australije, Finske, Italije i Norveške. Iako se još uvijek ne radi o velikim brojevima u dolascima, potrebno je spomenuti i otvaranje tržišta Kine, zatim Brazila i Indije.

U hotelima je boravilo 513.159 gostiju, ostvareno je 1.790.258 noćenja. U objektima u domaćinstvu ostvareno je 280.283 dolazaka i 1.016.206 noćenja.

	Smještajni kapacitet
<b>☐ Druge vrste - skupina kampovi / Apartman</b>	<b>878</b>
1 zvjezdica	6
2 zvjezdice	16
3 zvjezdice	308
4 zvjezdice	346
5 zvjezdica	202
<b>☐ Druge vrste - skupina kampovi / Hostel</b>	<b>474</b>
Nema kategorizacije	474
<b>☐ Druge vrste - skupina kampovi / Kuća za odmor</b>	<b>171</b>
3 zvjezdice	43
4 zvjezdice	102
5 zvjezdica	26
<b>☐ Druge vrste - skupina kampovi / Soba za iznajmijvanje</b>	<b>458</b>
2 zvjezdice	164
3 zvjezdice	200
4 zvjezdice	94
<b>☐ Druge vrste - skupina kampovi / Studio apartman</b>	<b>298</b>
2 zvjezdice	25
3 zvjezdice	160
4 zvjezdice	113
<b>☐ Druge vrste - skupina kampovi / Učenički/studentски dom</b>	<b>196</b>
Nema kategorizacije	196
<b>☐ Hoteli / Hotel</b>	<b>10301</b>
2 zvjezdice	304
3 zvjezdice	2383
4 zvjezdice	3959
5 zvjezdica	3655
<b>☐ Hoteli / Integralni hotel</b>	<b>351</b>
4 zvjezdice	351
<b>☐ Hoteli / Pansion</b>	<b>32</b>
Standard	32
<b>☐ Hoteli / Turističko naselje</b>	<b>766</b>
5 zvjezdica	766
<b>☐ Kampovi - skupina kampovi / Kamp</b>	<b>1380</b>
3 zvjezdice	1380
<b>☐ Kampovi - skupina kampovi / Kampiralište</b>	<b>162</b>
Nema kategorizacije	162
<b>☐ Nekomercijalni smještaj / Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica)</b>	<b>193</b>
Nema kategorizacije	193
<b>☐ Nekomercijalni smještaj / Kuća stanovnika općine/grada</b>	<b>2065</b>
Nema kategorizacije	2065
<b>☐ Nekomercijalni smještaj / Kuća za odmor (vikendica)</b>	<b>521</b>
Nema kategorizacije	521
<b>☐ Nekomercijalni smještaj / Stan stanovnika općine/grada</b>	<b>1572</b>
Nema kategorizacije	1572
<b>☐ Nekomercijalni smještaj / Stan za odmor (vikendica)</b>	<b>145</b>
Nema kategorizacije	145
<b>☐ Objekti u domaćinstvu / Objekti u domaćinstvu</b>	<b>13093</b>
1 zvjezdica	464
2 zvjezdice	922
3 zvjezdice	9493
4 zvjezdice	2158
5 zvjezdica	56
<b>☐ Objekti u seljačkom domaćinstvu / Objekti u seljačkom domaćinstvu</b>	<b>2</b>
3 sunca	2
<b>☐ Restorani / Gostionica</b>	<b>9</b>
3 zvjezdice	9
<b>Grand Total</b>	<b>33067</b>

UKUPNI SMJEŠTAJNI KAPACITETI DUBROVNIK LISTOPAD 2016.

2014.g. u privatnom smještaju (fizičke osobe) bilo je 2205 domaćinstava, 1404 soba, 2730 apartmana, 10182 redovnih i 2775 pomoćnih kreveta, ukupno 12975. Dodatno, privatni smještaj se realizirao kroz 128 tvrtki i 31 obrt. Zajedno privatni smještaj /fizičke osobe, tvrtke i obrti su imali registrirano u 2014. 1635 soba, 3055 apartmana, 11529 redovnih kreveta, 3005 pomoćnih kreveta, odnosno sveukupno 14534 kreveta. Do danas je taj broj uvećan za 379 novih domaćinstava tako da je trenutno 2584 domaćinstva /fizičke osobe, 1495 soba, 3194 apartmana, 11596 redovna i 3364 pomoćnih kreveta, ukupno 14960 kreveta.

U 2015., sveukupno broj registriranih članova u djelatnosti iznajmljivanja privatnog smještaja koji uključuje iznajmljivače/fizičke osobe, tvrtke i obrte iznosi 2747 članova, a raspolažu sa 1765 soba, 3510 apartmana, 13025 redovnih kreveta, 3619 pomoćnih kreveta, sveukupno 16644 kreveta.

RASPORED KREVETA U PRIVATNOM SMJEŠTAJU NA PODRUČJU TZG DUBROVNIKA 2016.g. (do 10.10.2016.)						
područje grada	domaćinstva	sobe	apartmani	redovni kreveti	pomoćni kreveti	ukupno
GRAD	427	170	489	1588	405	1993
PILE KONO	411	243	444	1670	525	2195
PLOČE IZA GRADA	411	139	498	1682	556	2238
GRUŽ	329	162	359	1351	411	1762
LAPAD	572	191	826	2604	903	3507
MONTOVJERNA	320	80	385	1165	438	1603
<b>ukupno grad</b>	<b>2470</b>	<b>985</b>	<b>3001</b>	<b>10060</b>	<b>3238</b>	<b>13298</b>
MOKOŠICA	45	40	52	232	79	311
KOLOČEP	27	24	36	146	36	182
LOPUD	45	81	69	344	74	418
ŠIPANSKA LUKA	14	24	20	100	16	116
SUĐURAD	26	25	24	127	34	161
BOSANKA	6	2	14	43	10	53
BRSEČINE	15	14	16	86	22	108
ČAJKOVICA	1	0	2	9	2	11
ČAJKOVIĆI	2	0	4	14	6	20
DONJE OBULJENO	9	9	12	55	20	75
GORNJE OBULJENO	1	1	0	2	2	4
KOMOLAC	10	15	9	58	12	70
LOZICA	20	14	35	119	26	145
MRČEVO	1	1	0	2	2	4
ORAŠAC	47	54	65	297	74	371
POBREŽJE	2	3	1	9	4	13
TRSTENO	25	39	16	125	18	143
ZATON	156	215	226	1040	247	1287
PRIJEVOR	11	11	15	58	19	77
ROŽAT	14	10	16	64	27	91
SUSTJEPAN	12	6	16	63	21	84
OSOJNIK	1	0	2	4	2	6
ŠUMET	3	0	5	12	8	20
GROMAČA - SELJ. DOM.	1	0	1	2	2	4
<b>ukupno ostalo</b>	<b>494</b>	<b>588</b>	<b>656</b>	<b>3011</b>	<b>763</b>	<b>3774</b>
<b>ukupno DOMAĆINSTVA</b>	<b>2964</b>	<b>1573</b>	<b>3657</b>	<b>13071</b>	<b>4001</b>	<b>17072</b>
OBRTI	30	38	56	225	50	275
TVRTKE	139	303	293	1399	243	1642
<b>UKUPNO PRIVATNI SMJEŠTAJ</b>	<b>3133</b>	<b>1914</b>	<b>4006</b>	<b>14695</b>	<b>4294</b>	<b>18989</b>

Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica od 01.01.2016. su pokrenuli novi jedinstveni nacionalni program eVisitor za prikupljanje statističkih podataka o ostvarenim dolascima i noćenjima na području cijele Hrvatske.

U planirana noćenja za 2016. uvršteni su i planovi hotelskih kuća, kampova, vila, privatnog smještaja, te ostalih smještajnih objekata, te je predviđen rast prihoda od 4% od BP i temeljen je na poduzetim mjerama i aktivnostima kojima se planira osnaživanje turističkog prometa u predsezonskom i posezonskom razdoblju.

S ciljem poboljšanja općih uvjeta boravka gostiju i turista na području pod ingerencijom Turističke zajednice Grada Dubrovnika, sukladno svojim zakonskim zadaćama, a polazeći od temeljnih odrednica u okviru raspoloživih sredstava, poticati ćemo, koordinirati i obavljati aktivnosti, kako je i razvidno iz Programa rada i financijskog plana za 2017. godinu.

Uvažavajući sve ciljeve i zadaće određene Zakonom o turističkim zajednicama i promociji hrvatskog turizma, sredstva ostvarena iz boravišne pristojbe i turističke članarine Turistička zajednica Grada Dubrovnika će trošiti namjenski i u skladu s programom rada, a sve u svjetlu jasno definiranih strateških ciljeva usmjerenih dajanjem razvoju turizma i unapređenju turističke ponude Dubrovnika kao visokokvalitetne i prepoznatljive turističke destinacije.

Izvršna ostvarenja turističkog prometa u 2016., obvezuju na vrlo pozorno osmišljene i provedene aktivnosti koje će doprinijeti zadržavanju dobrih pozicija Dubrovnika kao snažne i privlačne destinacije, ali utjecati na produljenje sezone. Akcijske mjere Ministarstva turizma RH i HTZ –a kroz modele udruženog oglašavanja daju značajan doprinos sustavnim aktivnostima na inozemnim tržištima. Sudjelovanje u PPS projektu Hrvatska 365 će dodatno marketinški doprinijeti pozicioniranju Dubrovnika kao destinacije za sva godišnja doba, što je i naš dosadašnji moto.

Smatramo važnim napomenuti da, svjesni zahtjevnosti, predstojeću turističku godinu očekujemo s optimizmom i uvjerenjem da će turistički rezultati koji će biti ostvareni biti još pozitivniji i potvrditi status Dubrovnika kao kvalitetne turističke destinacije i u svijetu najprepoznatljivijeg hrvatskog turističkog odredišta, a našoj turističkoj zajednici omogućiti ostvarivanje stalne i dobre suradnje sa svim sudionicima turističke ponude, posebice članovima turističke zajednice grada Dubrovnika.

Turistička zajednica grada Dubrovnika je u koncipiranju i planiranju aktivnosti za 2017. godinu koristila temeljne odrednice nove Strategije razvoja turizma DNŽ i Strategije razvoja turizma RH do 2020.

U suradnji s Gradom i Sveučilištem Dubrovnik u izradi je Strategija turizma s osvrtom na kruzing turizam.

### Strateški ciljevi

Dugoročne ciljeve održivog razvoja turizma u Dubrovniku možemo koncentrirati na povećanje broja posjetitelja i noćenja posebno u predsezoni i posezoni, povećanje prihoda, cjelogodišnje poslovanje temeljeno na stalno zaposlenim kadrovima, obrazovna struktura temeljena na struci, Grad za sva godišnja doba i za sve ljude svijeta, stvaranje novog proizvoda. Osnovni preduvjet ostvarenja ciljeva je prometna dostupnost, te će TZGD nastaviti pregovore s nacionalnim i drugim avioprijevoznicima u cilju cijelogodišnjeg povezivanja Dubrovnika s nekim od značajnijih Europskih čvorišta.

Jedan od strateških ciljeva Turističke zajednice grada Dubrovnika za 2017. godinu jest suradnja sa svim čimbenicima turističkog gospodarstva u Dubrovniku i širenje suradnje na klsterskim osnovama, kao što to predviđa Strategija razvoja turizma naše županije.

Cilj je u svim segmentima turističke ponude ostvariti pozitivne pomake prije svega na produljenju turističke sezone i poboljšanju ponude u zimskim mjesecima, čime će se dodatno osnažiti pozicija Dubrovnika na svjetskim turističkim tržištima.

Preduvjet ostvarenju planiranih ciljeva i zadaća stalna je suradnja sa svim gradskim i mjesnim strukturama, čimbenicima dubrovačkog turističkog gospodarstva, te ostalim subjektima u destinaciji. Zajedničkim aktivnostima i djelovanjima na stvaranju preduvjeta za podizanje razine turističke ponude, te ciljanom i sustavnom promocijom naših zajedničkih aktivnosti na tržištima doprinijet ćemo imidžu Dubrovnika kao visokokvalitetnog turističkog odredišta.

Važan čimbenik ostvarenja plana i programa Turističke zajednice Grada Dubrovnika jest suradnja s Gradom Dubrovnikom, tj. s relevantnim gradskim odjelima i poduzećima, a to su Upravni odjel za poduzetništvo i turizam, Upravni odjel za komunalno gospodarstvo, Upravni odjel za urbanizam i zaštitu okoliša, Upravni odjel za kulturu, gradska javna poduzeća, mjesni odbori i gradski kotari, kad je riječ o aktivnostima na uređenju mjesta, ali i svim drugim aktivnostima podizanja razine turističke ponude. Sa željom što učinkovitije raspodjele sredstava gradski kotari i mjesni odbori dostavili su procijenjene potrebe za sezonu 2017., koje će biti razmotrene, a zajednički definirani prioriteti će biti realizirani tijekom sljedeće godine. Također je sačinjen Zajednički plan korištenja sredstava boravišne pristojbe kojim se definiraju projekti koji će se financirati iz 30% sredstava boravišne pristojbe koji se doznaju Gradu Dubrovniku, a vraćaju se u budžet TZ grada i koriste za zajednički planirane projekte u svrhu poboljšanja sveukupne ponude.

### Najvažnij i strateški ciljevi za 2017. godinu su slijedeći :

- Nastavak aktivnosti na kreiranju ponude i programa, te realizacija projekata za daljnje oživljavanje turističkog prometa u predsezoni i posezoni
- Aktivnosti za uspostavljenje novih direktnih letova s naglaskom na predsezonu i posezoni
- Promocija destinacije (u suradnji s HTZ-om, TZ Županije, Gradom Dubrovnikom i samostalno) putem nastupa na sajmovima i prezentacijama, te kroz Modele udruženog oglašavanja, sukladno mjerama Vlade RH i Glavnog ureda HTZ



- Nastavak aktivnosti i realizacija projekata razvitka selektivnih oblika turističke ponude - ruralnog turizma, kongresnog turizma, cruising turizma, projekti usmjereni privatnim iznajmljivačima
- Organiziranje studijskih putovanja za putničke agente i suradnja s domaćim i inozemnim novinarima
- Podizanje razine sveukupne turističke ponude u destinaciji (uređenje mjesta, nastavak projekta smeđe/turističke/ signalizacije, obogaćivanje kulturno-zabavnog života, kreiranje novih proizvoda)
- Web stranica TZ grada Dubrovnika, kreiranje novih aplikacija i orijentacija na on-line marketing
- Tiskanje promidžbenih materijala i organizacija informativne djelatnosti
- Osmišljavanje novih proizvoda

### **Izrada Programa rada i financijskog plana za 2017. godinu**

Hrvatska turistička zajednica donijela je dokument s pojašnjenjima i smjernicama za izradu godišnjih programa rada i financijskih planova turističkih zajednica za 2013. godinu, koji je još uvijek važeći. U skladu s dobivenim pojašnjenjima i smjernicama, turistička zajednica grada Dubrovnika je izradila prijedlog plana i programa rada za 2017. godinu.

Turistička zajednica grada Dubrovnika napravila je Program rada i financijski plan za 2017. godinu, poštujući trendove kretanja svih segmenata poslovanja, a koji su propisani Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Sukladno navedenom, financijski plan se dijeli na ukupno prihode i rashode prema načelu novčanog tijeka (primici i izdaci), bez obzira na računovodstveni način iskazivanja prihoda i rashoda. Naime, računovodstvo turističkih zajednica vodi se u skladu s odredbama Uredbe o računovodstvu neprofitnih organizacija (NN 10/08, 07/09). Sukladno navedenoj uredbi računovodstvo turističkih zajednica vodi se prema načelu nastanka događaja te se na taj način priznaju prihodi i rashodi. Ipak, spomenuta uredba uređuje računovodstvo turističkih zajednica, ali ne i način izrade godišnjeg plana i programa rada i financijskog plana turističkih zajednica, te godišnjeg financijskog izvješća. Kako bi tijela turističkih zajednica mogla izvršavati svoju zakonsku ulogu, godišnji financijski planovi te godišnja financijska izvješća turističkih zajednica moraju sadržavati podatke o ukupno planiranim prihodima, odnosno ukupno planiranim rashodima prema načelu novčanog tijeka (primici i izdaci).

Obrasci prema kojima je Turistička zajednica grada Dubrovnika izradila svoj program rada i financijski plan za 2017. godinu, kao SMPHT 2014 -2020, objavljeni su na slijedećem linku: <http://business.croatia.hr/hr-HR/Hrvatska-turisticka-zajednica>



## PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DUBROVNIKA U 2017. GODINI

Prihodi Turističke zajednice grada Dubrovnika su planirani u umanjenom iznosu za 2% u odnosu na procjenu ostvarenja 2016. i iznose 20.841.371 Kn, jer se ne uzima u obzir eventualni prijenos viška sredstava po završnom računu za 2016, te su iskazani kroz slijedeću podjelu:

Redni broj	Vrsta prihoda
1.	Prihodi od boravišne pristojbe
2.	Prihodi od turističke članarine
3.	Prihodi od nautičkog turizma
4.	Prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika
5.	Prihodi od drugih aktivnosti
6.	Ostali nespomenuti prihodi

Smanjenje ukupnih prihoda uvjetovano je zakonskom odredbom (Zakon o izmjenama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama, donesen 25.rujna 2015, stupa na snagu 1.siječnja 2016.) o smanjenju uplata od turističke članarine za 15% u 2016. Novi prijedlog zakona nalaže i dodatno smanjenje za 2017. za 5% prihoda od turističke članarine. Sukladno financijskim pokazateljima o ostvarenjima turističkog gospodarstva, pretpostavljamo da će prihod od članarine ostati na razini 2016. godine.

### **Prihod od boravišne pristojbe – 12.000.000 kn**

Ova vrsta prihoda za 2017. godinu planira se u odnosu na procjenu ostvarenja prihoda od BP u 2016. godini uvećanog za 4%.

### **Prihodi od turističke članarine – 4.800.000 kn**

Prihod od turističke članarine za iduće razdoblje u odnosu na procjenu ostvarenja 2016. godine ostavljen je na istoj razini, obzirom da je u 2016 ostvareno povećanje od 10%. Razlog tome je zakonska odredba o smanjenju uplate turističke članarine za 15%, međutim uzeta je u obzir i procjena povećanja ukupnih prihoda u turizmu, koja ukazuju na daljnji rast prometa na državnoj razini, ali na području Dubrovačko-neretvanske županije, te je navedeno smanjenje ublaženo.

### **Prihodi od nautičkog turizma – 95.000,00 kn**

Procjena prihoda od nautičkog turizma u prvih devet mjeseci 2016. iznosi 92.466 Kn, plan u 2016 je bio 90.000 Kn, te je planiran rast za 6%, odnosno 95.000 Kn

### **Prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika – 3.650.000 kn**

Sukladno sporazumu potpisanom između Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada Dubrovnika, sredstva koja Turistička zajednica grada Dubrovnika prenosi na temelju zakonske obveze na račun Grada Dubrovnika za namjensko korištenje sukladno Zajedničkom programu rada za 2017. godinu, Grad Dubrovnik namjenski uplaćuje na račun Turističke zajednice grada Dubrovnika za potrebe izvršenja Zajedničkog programa rada. Riječ je o zakonskom transferu u iznosu od 30% prihoda od boravišne pristojbe, dospjele na račun Turističke zajednice grada Dubrovnika. – 3.600.000 kn, od kojih će se 250.000 Kn odmah preraspodijeliti Komunalnom odjelu za nabavu blagdanske rasvjete i sličnih uređenja u svrhu poboljšanja uvjeta boravka turista. Ostatak sredstava BP u iznosu od **3.350.000 Kn** će biti uplaćen TZ-u sukladno zajedničkom sporazumu o namjenskom trošenju sredstava.

Ukupni iznos prihoda iz proračuna Grada Dubrovnika uvećan je za prijenos sredstava iz proračuna Upravnog odjela za kulturu za programske aktivnosti Turističke zajednice grada Dubrovnika, koje se odnose na kulturne i zabavne manifestacije u organizaciji Grada i Turističke zajednice grada Dubrovnika (Nova Godina 2017) – **300.000,00 kn**.

### **Prihodi od drugih aktivnosti – 196.371 kn**

Sukladno zadaćama turističkih zajednica, TZ grada Dubrovnika tijekom iduće godine ima nekoliko projekata koji se sufinanciraju iz višeg ustroja turističkih zajednica (studijske grupe, agenti, novinari, manifestacije, udruženo oglašavanje), ali se dio projekata financira i prema posebnim sporazumima, odlukama i propisima (projekt E-Nautika), kao i najmovi i prihod od kamata.

### **Ostali nespomenuti prihodi – 100.000 kn**

U ostale nespomenute prihode spadaju razne participacije i ostali oblici sufinanciranja.

### **Prijenos prihoda prethodne godine**

Prijenos razlike prihoda nad rashodima iz 2016. će biti uvršten nakon završnog računa, te će rebalansom biti raspoređen za tekuće aktivnosti.

## EU projekt – podračun

Očekuje se završetak financijskih i programskih obveza vezano za EU projekt.

**Sveukupno prihodi: 20.841.371 Kn (uključujući transfer BP od Grada)**

## RASHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DUBROVNIKA U 2017. GODINI

Rashodi TZ grada Dubrovnika su raspoređeni na slijedeći način:

<b>Rashodi po vrstama</b>	<b>Iznos</b>
Administrativni rashodi	5.714.535,00 kn
Dizajn vrijednosti	5.486.000,00 kn
Komunikacija vrijednosti	3.068.021,00 kn
Distribucija i prodaja vrijednosti	2.140.000,00 kn
Interni marketing	70.000,00 kn
Marketinška infrastruktura	300.000,00 kn
Posebni programi	50.000,00 kn
Transfer boravišne pristojbe Gradu Dubrovniku (30%)	3.600.000,00 kn
<b>Ukupno</b>	<b>20.428.556,00 kn</b>

Ukupni planirani rashodi TZ grada Dubrovnika za 2017. godinu su 4% manji u odnosu na procjenu realizacije za 2016. godinu.

Troškovi rashoda turističko-informativnih centara (Odjel za turističke informacije) se od 2014. ne prikazuju posebno, nego unutar administrativnih poslova glavnog ureda Turističke zajednice grada Dubrovnika. Naime, člankom 21. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma propisano je da se u turističkom uredu obavljaju stručni i administrativni poslovi vezani za zadaće turističke zajednice, pa tako se i uz sve druge poslove obavljaju informativni poslovi u svezi s turističkom ponudom. Obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom predstavlja zakonsku zadaću turističkih zajednica, a ista se obavlja kroz turistički ured ili kroz dislocirane jedinice turističkog ureda

(TIC). Vezano za to, rashode za obavljanje navedene zadaće potrebno je iskazati u rashodima administrativnog marketinga.

Rashodi se ne iskazuju po odjelima, nego po vrstama rashoda, a unutar svake vrste, rashodi se dijele na odjele.

## **1. Administrativni rashodi – 5.714.535 kn**

Obuhvaćaju trošak turističkog ureda TZ grada Dubrovnika, zajedno s rashodima dislociranih jedinica (TIC-evi). Ovi rashodi su planirani na istoj razini u odnosu na procjenu realizacije za 2016.

- Rashodi za radnike – planirani su u istom iznosu od 3.670.000 Kn
- Rashodi ureda – 1.999.535 Kn, planirani su s 2% povećanja u odnosu na procjenu realizacije 2016., odnosno za 31.350 Kn. Radi se o minimalnom usklađenju pojedinih stavki. Rashodi ureda čine rashodi za materijal i energiju, te rashodi za usluge.
- Financijski rashodi – 70.235 Kn, čine troškovi platnog prometa, provizije za otkup deviza, kamate, osiguranje, rashodi za pristojbe i naknade, planirani iznos je na razini procjene za 2016.
- Ostali nespomenuti rashodi – 493.000 Kn, troškovi distribucije i amortizacije, planirani na razini procjene za 2016.
- Rashodi za rad tijela TZ grada Dubrovnika – 45.000 Kn, jednako planirano kao i 2016.

## **2. Dizajn vrijednosti – 5.486.000 kn**

Ova vrsta rashoda obuhvaća sredstva planirana za projekt „Volim Hrvatsku“, manifestacije u organizaciji TZ grada Dubrovnika i one kojima se dodjeljuje potpora, kao i razvoj novih proizvoda. Planirano je na razini prošle godine.

- Projekt „Volim Hrvatsku“ je planiran u iznosu od 508.000 kn, na razini procjene realizacije za 2016.
- Manifestacije u organizaciji TZ grada Dubrovnika planirane su u iznosu od 3.848.000 kn, što je 15% više od planirane realizacije 2016. Kulturno zabavne manifestacije su u povećanju od 18% i iznose 1.948.000Kn zbog povećanja stavki Advent u Gradu za 50.000 Kn, sufinanciranja programa Dočeka Nove godine za 230.000 Kn i programa

Dubrovnik zimi za 25.000 Kn. Potpore manifestacijama u suorganizaciji s drugim subjektima povećane su za 11% u odnosu na procjenu realizacije 2016., i iznose 1.105.000 Kn.

- Novi proizvodi - Novi proizvodi smanjeni su za 25% i iznose 1.130.000 Kn, a uključuju projekte produljenja sezone kao što je potpora FA Lindjo za zimske nastupe, besplatna turistička vođenja, Good Food festival, zatim novi projekt u suradnji s DSO pod nazivom Moskar. Smanjenje se odnosi na stavku Novi proizvodi – projekti turističke infrastrukture tj. obnova TIC-a Lopud, koji je obnovljen pa se ne planiraju financijska sredstva u sljedećoj godini za istu namjenu. Također, u 2016. je održan Europski festival turizma i strategije, koji će se održavati svake dvije godine, pa se isti trošak ne planira za 2017. godinu.

### **3. Komunikacija vrijednosti – 3.068.021 kn**

Ova vrsta rashoda obuhvaća planirane troškove za Online i Offline komunikacije, te smeđu signalizaciju. U odnosu na procjenu realizacije plana 2016. godine, ukupno planirani iznos za 2017. godinu je 16% manji. Radi se o smanjenju troškova za održavanje web-a prelaskom na novu web stranicu, također o značajnom smanjenju troškova za udruženo oglašavanje zbog ograničenog maksimalnog iznosa koji je GU Hrvatske turističke zajednice novim natječajem odredio za Dubrovačko-neretvansku županiju.

- Online komunikacije su planirane na iznos od 818.000 kn, što je u odnosu na procjenu realizacije plana 2016. godine povećanje od 12% zbog dodatnog domaćeg internet oglašavanja i proizvodnje kratkih video materijala. U troškove su također uključeni troškovi prijevoda tekstova za web stranicu, ulaganje u društvene mreže i Google kampanje, te ostale nove vidove online oglašavanja.
- Offline komunikacije su planirane na iznos od 2.150.021 kn, što je 25% manje u odnosu na procjenu realizacije 2016. Obuhvaćaju oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora koje je za 2017. smanjeno za 42% sukladno novom natječaju za udruženo oglašavanje i ukupno odobrenim sredstvima HTZ-a koje planira udružiti, opće oglašavanje povećano u odnosu na realizaciju plana 2016. za 2%, brošure i ostale tiskane materijale na razini prošle godine, uključuje prijevod i tisak promo materijala na dodatnim stranim jezicima sukladno zahtjevima tržišta, suvenire i promo materijale jednako realizaciji 2016.
- Smeđa signalizacija je planirana na iznos od 40.000,00 kn što je u odnosu na procjenu realizacije plana 2016. godine povećanje 100%, međutim u odnosu na prvobitni plan za 2016 je smanjenje za 30.000 Kn obzirom da je u 2014. i 2015. godini sukladno potrebama na novim prometnicama na području grada TZGD izvršila veću dopunu i izmjenu postojeće smeđe signalizacije.

#### 4. Distribucija i prodaja vrijednosti – 2.140.000 kn

Distribucija i prodaja vrijednosti obuhvaća troškove sajmova, studijskih grupa i posebnih prezentacija. U odnosu na procjenu realizacije plana 2015. godine povećanje za ovu vrstu rashoda planirano je za 3%. Povećanje se odnosi na sudjelovanje u troškovima domaćinstva ECM (European Cities Marketing) godišnje skupštine, zatim sudjelovanje na sajmovima, poslovnim radionicama, financiranje studijskih putovanja novinara i agenata, stručnih skupova.

- Sajmovi su planirani na iznos od 640.000 Kn, što je u odnosu na procjenu ostvarenja 2016. povećanje od 4%. Riječ je o sajmovima, poslovnim radionicama, kongresima i seminarima Kongresnog ureda i najvažnijim općim sajmovima, samostalno, u suradnji s TZ Županije Dubrovačko-neretvanske na dalekim tržištima, Lučkom upravom Dubrovnik i Gradom Dubrovnikom.
- Studijska putovanja organizatora poslovnih putovanja, novinara i agenata planirana su na iznos od 850.000 Kn, što je u odnosu na procjenu realizacije plana 2016. povećanje od 10% zbog potrebe rezervacije sredstava za prihvrat studijskih grupa i stručnih skupova. Prema odluci T.Vijeća, 250.000 Kn od navedenog iznosa je rezervirano za ECM godišnju skupštinu.
- Posebne prezentacije su planirane na iznos od 650.000 kn, što je u odnosu na realizaciju plana 2016. godine smanjenje od 6%. Obuhvaćaju posebne prezentacije Odjela komunikacijskih taktika, prezentacije na stranim tržištima u samostalnoj organizaciji i u suradnji s Gradom, TZ Dubrovačko-neretvanske županije, kao i ostale prezentacije i radne sastanke na stranim tržištima, samostalno, u suradnji s Gradom Dubrovnikom i međunarodnim organizacijama čiji je TZ grada Dubrovnika član.

TZGD planira sudjelovati na sljedećim sajmovima u suradnji s TZ Županije:

- NY Times Travel Show, New York, siječanj 2017.  
50% troškova štanda i predstavnik TZGD (\*prezentacije)
- HOLIDAY WORLD Dublin, Dublin, siječanj 2017.  
informativni TZGD
- ITB, Berlin, ožujak 2017.  
informativni TZGD po potrebi
- SITC Barcelona, travanj 2017.  
informativni TZGD
- WTM Latin America, Sao Paulo, travanj 2017.  
50% troškova štanda i predstavnik TZGD (\*prezentacije)
- KOTFA ili HANATOUR, Seoul, 2017.  
50% troškova štanda i predstavnik TZGD
- JATA, Tokyo, rujanj 2017. (\*prezentacije)

50% troškova štanda i predstavnik TZGD

- WTM London, London, studeni 2017.  
informativni TZGD
- Ostali sajmovi za koje se ocijeni da su korisni za predstavljanje Dubrovnika

Na sajmovima na dalekim tržištima gdje je dogovoreno suizlaganje TZGD i TZŽ, uvjet je jednaka vidljivost obadva suizlagača i zastupljenost pri registraciji, te u svim sajamskim materijalima.

Prezentacije:

- Programi ZIMA: Zagreb, Ljubljana, Sarajevo, Beograd, Priština, Tirana, Skopje
- London, München, Poljska, Češka, Skandinavija
- Ostale prezentacije i poslovne radionice prema zahtjevima tržišta

\*Dodatna organizacija prezentacija uz određene sajmove

Specijalizirani sajmovi:

Seatrade Cruise Global, ožujak 2017. – u suradnji s Lučkom upravom Dubrovnik

Kongresni sajmovi:

- Conventa Ljubljana, siječanj 2017.
- IMEX Frankfurt, svibanj 2017.
- Meeting Show London, lipanj 2017. (u suradnji s TZ grada Zagreba)
- IMEX America, listopad 2017.
- EIBTM Barcelona, studeni 2017.

Ostale prezentacije prema zahtjevima tržišta (India u suradnji s TZ grada Zagreba)

Radni sastanci:

- Godišnje skupštine profesionalnih udruženja čijih je TZGD član (ECM, ICCA godišnje skupštine)



## 5. Interni marketing – 70.000 Kn

Interni marketing obuhvaća edukacije zaposlenika Turističke zajednice grada Dubrovnika, te nagrade i priznanja (projekt „Volim Hrvatsku“, DHT), pretplate na turistička glasila i TV. Poseban naglasak je na edukaciji iz područja primjenjenog softwarea, stranih jezika, te raznim strukovnim seminarima.

## 6. Marketinška infrastruktura – 300.000 Kn

Marketinška infrastruktura obuhvaća ulaganja u multimedijalne materijale, istraživanje tržišta, fototeku i jedinstveni informacijski sustav za prijavu i odjavu gostiju. Ukupno povećanje u odnosu na realizaciju 2016. je 5%.

Proizvodnja multimedijalnih materijala je planirana na iznos od 70.000 Kn, uključuje dotisak promotivnog filma i proizvodnju USB stickova, za potrebe prezentacija, sajмова, stranih novinara i agenata, stručnih skupova.

- Fototeka se planira zbog nabavke novih fotografija, s naglaskom na fotografije snimljene u zimskom periodu i fotografije manifestacija u organizaciji TZ grada Dubrovnika. Planiran je rashod u visini od 60.000 Kn, na razini 2016.
- Jedinstveni turistički informacijski sustav predstavlja software putem kojeg se vrši prijava dolazaka i noćenja iz segmenta „nautike“, odnosno chartera i plovila na području Grada Dubrovnika. Na dosadašnjem software-u će i dalje biti zastupljen program za nautiku, te arhivu dosadašnjeg unesenog materijala, troškovi ostaju na razini prethodne godine. Predviđena je integracija podataka iz nautike u sustav eVisitor tijekom 2017.

## 7. Posebni programi – 50.000 Kn

Posebni programi obuhvaćaju poticanje i pomaganje razvoja turizma na turistički nerazvijenim područjima. U proračunu će biti osigurana sredstva za poticanje i pomaganja razvoja turizma na području Primorja. Ipak, kroz druge aktivnosti Odjela turističkog proizvoda i Odjela za manifestacije, Turistička zajednica grada Dubrovnika vrši određena ulaganja na turistički nerazvijenim područjima (smeđa signalizacija, manifestacije, uređenje turističkih mjesta).

## 8. Ostalo

Sufinanciranje Strategije razvoja turizma s osvrtom na kruzing turizam je planirano za 2015., očekuje se realizacija do kraja godine u suradnji s Gradom Dubrovnikom kao naručiteljem i Sveučilištem u Dubrovniku kao izvršiteljem. U 2017. se za sada ne planiraju dodatna sredstva za ovu namjenu.

EU projekt pod stavkom Ostalo ima otvorenu stavku u 2016. do trenutka uplate sredstava od strane EU fonda, te će biti u jednakom iznosu uvrštena u prihode i rashode, obzirom da treba

biti u cjelosti utrošena prema planu projekta. Implementaciju projekta u ime TZGD vodi DURA, završetak projekta je planiran za studeni 2016. EU projekt se vodi na podračunu, te se sva plaćanja vode odvojeno od glavnog računa TZGD.

Slijedom navedenog, pod stavkom Ostalo za sada nema planiranih sredstava.

## **9. Transfer boravišne pristojbe Gradu Dubrovniku – 3.600.000 Kn**

Sukladno zakonskim odredbama Zakona o boravišnoj pristojbi (NN 152/08, 59/09), Turistička zajednica grada Dubrovnika dužna je 30% uprihodovanog iznosa boravišne pristojbe u tekućoj godini doznačiti na račun proračuna Grada Dubrovnika, a koja se sukladno zakonskim odredbama već spomenutog Zakona moraju isključivo koristiti za poboljšanje uvjeta boravka turista na temelju prethodno usvojenog zajedničkog programa Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada Dubrovnika, te su ista sredstva uklopljena u financijski plan TZGD za 2016.

## **RASHODI TZ GRADA DUBROVNIKA PREMA ODJELIMA**

Sukladno Pravilniku o unutranjem ustrojstvu, organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta turističkog ureda Turističke zajednice grada Dubrovnika, prihvaćenom od strane Turističkog vijeća TZ grada Dubrovnika, formirani su sljedeći odjeli:

<b>Odjeli TZGD</b>	<b>Voditelj odjela</b>
Ured direktora ( i Kongresni ured)	Romana Vlašić
Računovodstvo i statistika	Nives Bjelovučić
Odjel za komunikacijske taktike	Jelka Tepšić
Odjel turističkih informacija	Štefica Curić Lenert
Odjel za unapređenje tur. proizvoda	Blaženka Kordić Aleksić
Odjel za promociju i online strategiju	Siniša Žakula
Odjel za organizaciju manifestacija	Marko Dadić

Sukladno podjeli aktivnosti unutar turističkog ureda, kao i izvršenja zadaća TZ grada Dubrovnika u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, TZ grada Dubrovnika vrši raspodjelu rashoda i po spomenutim odjelima.

Rashodi Odjela računovodstva i statistike odnose se na redovne rashode bitne za funkcioniranje turističkog ureda. Riječ je o materijalnim i financijskim rashodima turističkih ureda, kao i rashoda za usluge. Dio rashoda predstavlja zajedničke rashode s Odjelom turističkih informacija, jer oba odjela predstavljaju administrativne rashode TZ grada Dubrovnika. Kongresni odjel djeluje pri Uredu direktora, troškovi pojedinih aktivnosti kao što su sajmovi, članarine i sl. su posebno iskazani.

## Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Iznosi planirani za 2017. godinu najvećim dijelom odnose se na udruživanje sredstava u zajedničke aktivnosti prilikom ponovne uspostave direktnog leta Frankfurt Dubrovnik u suradnji s Croatia Airlinesom.

## Prezentacije Odjela komunikacijskih taktika

TZ grada Dubrovnika će putem marketinških kampanja dalje razvijati projekt „Dubrovnik – grad za sva godišnja doba“, koji je pokazao jako dobre rezultate.

TZ grada Dubrovnika će sudjelovati u PPS projektu HTZ-a, Hrvatska 365, kao nositelj destinacije Dubrovnik i Rivijera. U destinaciji Dubrovnik i Rivijera, uz TZ grada Dubrovnika sudjeluju TZ Župa Dubrovačka, TZ Konavle, TZ Dubrovačko primorje i TZ Mljet.

## Inozemni novinari i studijske grupe agenata

Ova marketinška aktivnost slijedi smjernice ostalih aktivnosti TZ grada Dubrovnika u skladu s prioritetnim tržištima posebice segmentima ponude (postojećim i onima koji se uvode na tržište), a koji produžuju sezonu i povisuju kvalitetu usluge. Uz tržišta, posebno se pažnja posvećuje odabiru medija, a pojačavaju se putovanja TV ekipa.

Odabir i prihvat studijskih grupa je kroz nekoliko kanala:

- u suradnji s HTZ-om
- u suradnji s Predstavništvima HTZ-a
- samostalni novinari (freelancers) koji se obraćaju izravno

U Dubrovniku se tijekom godine ugosti oko četiri stotine inozemnih novinara, što je iznimno značajna aktivnost u brojnim zadaćama Turističke zajednice grada Dubrovnika.

Uz ugošćavanje novinara sudjelujemo i u financiranju studijskih grupa agenata koji upoznaju destinaciju. Važno je napomenuti također da brojne agencije i hoteli vrlo često organiziraju studijska i FAM- trip putovanja, za koje smo kao TZ dužni osigurati potporu raznih oblika, a sve u skladu s našim mogućnostima.

U 2017. je planiran godišnja skupština udruženja europskih gradova u turizmu ECM, za koju smo predali kandidaturu i dobili domaćinstvo. Sukladno participaciji TZ grada Dubrovnika, osigurano je financijsko sudjelovanje prema odluci Turističkog vijeća.

Važnost kvalitetnog ugošćavanja novinara ima višestruke učinke za promociju naše turističke destinacije, te iz tog razloga potičemo organizirana putovanja novinara i televizijskih kuća. Svi novinari koji posjete Dubrovnik nakon odlaska bivaju uključeni u mailing listu elektronskog newslettera, koji od srpnja 2008. izdaje TZ grada, a kontaktiramo ih i putem društvenih mreža (Facebook, Twitter) Važno je napomenuti da uz novinare koje ugošćavamo posredstvom HTZ –a, vrlo često smo domaćini raznim "freelancerima" i dopisnicima koji izravno kontaktiraju naš ured.

## Turističke informacije

Odjel turističkih informacija tijekom 2017. godine imati će tri TIC-a na užem gradskom području, te pet TIC-eva na širem gradskom području. U suradnji s turističkim zajednicama s područja općina Konavle, Župa Dubrovačka, Dubrovačko primorje, te Turističkom zajednicom Dubrovačko-neretvanske županije ima otvoren i TIC u Zračno luci Dubrovnik, a sukladno sporazumu potpisanog između spomenutih turističkih zajednica. Također, sukladno sporazumu potpisanom između Ministarstva turizma i Ministarstva pomorstva prometa i infrastrukture, TZ grada Dubrovnika obvezna je tijekom sezone (od travnja do listopada) imati dva sezonska djelatnika u Lučkoj kapetaniji Dubrovnik, zaposlenih na projektu E-Nautika.

TIC-evi:

- Pile – otvoren cijelu godinu
- Gruž – otvoren cijelu godinu
- Lapad – sezonski ured
- Lopud – sezonski ured
- Šipanska luka – sezonski ured
- Suđurađ – sezonski ured (u pripremi druga lokacija)
- Zaton – sezonski ured
- Orašac – sezonski priručni ured (do mogućnosti dobivanja prostora u Domu kulture)
- Zračna luka Dubrovnik – sezonski ured

Ovaj odjel ima šest stalno zaposlenih djelatnika, a tijekom sezone će poslove ovog odjela izvršavati dvadesetak mladih ljudi, zaposlenih posredstvom Studentskog centra Dubrovnik ili zaposlenih na određeno vrijeme posredstvom Zavoda za zapošljavanje. U skladu sa svojim zakonskim zadaćama, djelatnici na dnevnoj bazi prikupljaju podatke o drugim manifestacijama i ostale turističke informacije, potrebne zaposlenicima glavnog ureda TZ grada Dubrovnika.

## Poticanje i sudjelovanje TZGD u uređenju Grada

Planirani iznos je podijeljen u dvije skupine: uređenje gradskih kotareva i uređenje turističkih mjesta, u sklopu projekta „Volim Hrvatsku“. Unutar ove akcije Odjel za unapređenje turističkog proizvoda planira hortikulturno uređenje svih gradskih kotareva, održavanje prakova i zelenih nasada, navodnjavanje, nabavku sadnica, akcije čišćenje podmorja,

nabavku i postavljanje skalica za kupaće na javnim kupalištima, postavljanje klupa u parkovima, označavanje pješačkih i biciklističkih staza, u suradnji s gradskim kotarevima Grada Dubrovnika, te mjesnim odborima u turističkim mjestima.

### Ekološke manifestacije

Plan za 2017. godinu donosi i mogućnost organizacije ekoloških akcija, koje će se organizirati u sklopu projekta „Volim Hrvatsku“.

### Authentically Croatian

Projekt uključuje prepoznavanje trgovina suvenirima koje prodaju proizvode hrvatskih proizvođača, zbog boljeg pozicioniranja na tržištu suvenirima unutar i oko stare gradske jezgre. Cilj projekta je promicanje hrvatskih proizvoda i autentičnih hrvatskih suvenirima. Projekt je prepoznat od strane Ministarstva turizma u sklopu projekta „Inovativni turizam 2012.“.

### Ostali novi proizvodi

U cilju poboljšanja turističke ponude, sustav turističkih zajednica potiče stvaranje novih proizvoda koji imaju za cilj poboljšanje kvalitete boravka gostiju u destinaciji, produljenje sezone, te poticanje razvoja na turistički nerazvijenim područjima i njihovo uključivanje u turističku ponudu. U tu svrhu TZ grada Dubrovnika je izdvojila sredstva koja će se upotrijebiti za osmišljavanje novih proizvoda.

Četvrto izdanje izuzetno uspješne gastro manifestacije Good Food festival, u organizaciji TZGD, će se održati krajem listopada 2017. Cilj festivala je potaknuti lokalnu privredu na suradnju te posjetiteljima pružiti jedinstven doživljaj zbog kojeg će planirati doći u Dubrovnik i u jesen. U planu je nastavak glazbenog projekta u suradnji s DSO pod nazivom Moskar, koji je premijerno održan u listopadu 2015.

Novi proizvod je Europski festival turizma i strategije koji je Grad u suradnji s TZGD-om organizirao u travnju 2016. Festival je nastao u suradnji s Rueil Malmaisonom, gradom prijateljem, koji je prvo izdanje navedenog festivala održao 2015. Namjera je svake druge godine naizmjenično organizirati festival u Dubrovniku i Rueil Malmaisonu. Sljedeći festival u Dubrovniku se planira održati 2018.

### Smeđa signalizacija

Ovaj rashod rezerviran je za dopunu smeđe signalizacije na užem i širem gradskom području.

### Poticanje i pomaganje turistički nerazvijenim područjima

Podrška turistički nerazvijenim područjima u održavanju manifestacija i uređenju okoliša. Naglasak za 2017. će biti područje Primorja, Osojnika, odnosno od Orašca prema Gornjim selima.

### Privatni smještaj - razvoj proizvoda

Nastavlja se s poticanjem projekta razvoja privatnog smještaja, organizacija edukacije privatnih najmljivača u cilju podizanja kvalitete usluge, organizacija prezentacija i kreiranje baze podataka.

U pripremi je nova aplikacija online kataloga privatnog smještaja.

### Internet stranice i upravljanje internet stranicama

Plan obuhvaća izradu marketinške kampanje Turističke zajednice grada Dubrovnika na mrežama Facebook, Twitter, Instagram. Cilj kampanje je prikupiti široku bazu posjetitelja službenih društvenih mreža Turističke zajednice grada Dubrovnika, te putem društvenih mreža dobiti direktan pristup i utjecati na konačnu odluku svakog mogućeg posjetitelja grada Dubrovnika.

Virtualne panorame 360° su nedvojbeno daleko najefektniji i najljepši medij u prezentaciji neke destinacije. Dokazano je da se posjetitelji zadržavaju pet puta dulje na stranicama koje imaju virtualne panorame 360, stvarajući želju da i sami tamo dođu.

### Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)

Uz oglašavanje u inozemnom tisku, marketinškim kampanjama i oglasima u domaćim medijima hrvatskoj se javnosti također prezentira dubrovački turistički proizvod, s obzirom da su domaći gosti na visokom mjestu na top-listi nacionalnosti naših posjetitelja.

U dijelu oglašavanja koje provodi TZ grada Dubrovnika planirani su i iznosi namijenjeni viralnom marketingu na inozemnim tržištima (Google Adwords i Time Out kampanje - Dubrovnik grad za sa godišnja doba).

TZ grada Dubrovnika također sudjeluje u udruženom oglašavanju u suradnji s TZ Dubrovačko-neretvanske županije i Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice, sukladno utvrđenim sredstvima dodijeljenih za područje Dubrovačko-neretvanske županije.

### Brošure i ostali tiskani materijali

Časopis Welcome s posebnim dodatkom uz obljetnicu Sv. Vlaha, brošura Image (dotisak), planovi turističkih mjesta, plan grada Dubrovnika, Kalendar događanja, Dubrovnik rivijera info (HR, engleski, njemački, španjolski, francuski), brošura Elafiti, plakati i ostali promidžbeni materijali.

### Last Minute Booking – održavanje nove aplikacije

### Fototeka

Otkup fotografija s posebnim naglaskom na fotografije u zimskom razdoblju i na događanja koja su značajna u turističkoj ponudi grada Dubrovnika.

### Kulturno – zabavne manifestacije i priredbe

S ciljem obogaćivanja turističke ponude kroz posebna događanja i kulturno-zabavne manifestacije za 2017. godinu Turistička zajednica grada Dubrovnika u potpunosti će koordinirati ove aktivnosti s gradskom upravom, posebice Upravnim odjelima za poduzetništvo i turizam i Upravnim odjelom za kulturu, ali i komercijalnim subjektima koji će inicirati raznovrsne projekte kulturno – zabavne naravi.

Grad Dubrovnik afirmirano je središte kulturnog turizma stoga se u cilju daljnjeg podizanja razine kulturno- turističke ponude u gradu organizira cijeli niz festivalskih manifestacija koje doprinose ugodnijem boravku turista i posjetitelja.

Uz visoku atraktivnost povijesnih znamenitosti dodana vrijednost su upravo kulturno-zabavne, tradicionalne, športske i druge manifestacije.

Stalni zajednički projekti Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada su Dubrovačka trpeza (u sklopu Good Food Festivala), Dubrovački zimski festival, Dubrovnik Zimi, Božić u Gradu, Doček Nove godine, Festa sv. Vlaha, Dubrovački karnevo, Uskrs u Gradu, Dubrovačka noć, Ljeto u turističkim mjestima, Uskrs u Primorju itd.

Novi projekti kazališni festival Midsummer Scene s predstavama na engleskom jeziku i Good Food festival nastavljaju i dalje u još boljem i proširenom izdanju. Navedeni novi projekti su već pokazali odlične promidžbene rezultate, te su kao kvalitetna događanja dodatni element privlačenja novih posjetitelja.

### TZ grada Dubrovnika će u 2017. godini participirati u organizaciji i financiranju slijedećih priredbi :

- Festa sv.Vlaha i Festa Dubrovnik
- Dubrovački karnevo
- Mediteranski sajam zdrave hrane i ljekovitog bilja
- Uskrs u Primorju



- Dubrovačke ljetne igre
- Festival džema i marmelade
- Aklapela festival
- Jadranske igre
- Najbolje hrvatske klape
- Midsummer Scene
- DSO – U pozno ljeto
- DSO – Moskar
- DSO – Tino Pattiera
- Sportske manifestacije – Dubrovački polumaraton
- Novogodišnja utrka
- Božićna bajka
- Zimski program – Lindo
- Nova Godina

### Potpore

TZ grada Dubrovnika će sukladno odlukama Turističkog vijeća podupirati inicijative udruga koje se odnose na projekte poboljšanja sveukupne turističke ponude, potpore međunarodnim sportskim manifestacijama koje se održavaju u Dubrovniku, izdanjima turističke literature i specijaliziranim časopisima, te ostalim aktivnostima koje imaju za cilj promociju destinacije.

### Kongresni ured

Programske aktivnosti i zadaće ureda su usklađene s aktivnostima Hrvatske Turističke Zajednice.

Program rada se temelji na zajedničkim aktivnostima u MICE segment HTZ-a, TZ Dubrovnika i TZ Dubrovačko-neretvanske županije, što uključuje organizaciju i provedbu studijskih putovanja novinara i organizatora poslovnih skupova, aktivnosti promidžbe na specijaliziranim sajmovima i poslovnim radionicama, oglašavanje i udruženo oglašavanje u različitim medijima i drugim aktivnostima od značaja za kongresnu i insentiv ponudu regije Dubrovnik.

Kongresni ured Dubrovnik je član relevantnih međunarodnih asocijacija kao što su ICCA, ECM i SITE koje pružaju kontinuirane mogućnosti za daljnje pozicioniranje na tržištu. Uloga ureda je povezivanje i usmjeravanje ponude i pružanje profesionalne pomoći i informacija potencijalnim organizatorima skupova.

ICCA – jedno od najvažnijih udruženja kongresne industrije, objavljuje godišnju top listu kongresnih destinacija na osnovu strogih kriterija.

Aktivnosti Kongresnog ureda u 2017. će biti usmjerene daljnjoj promociji destinacije, sudjelovanju na najvažnijim sajmovima, organizaciji studijskih i inspekcijskih putovanja novinara i organizatora kongresa. Prema nalogu Glavnog ureda HTZ-a, on line oglašavanje će biti prioritet.

Studijska putovanja novinara i agenata koji u specijaliziranim MICE medijima promoviraju destinaciju su nadopuna planu o promidžbi destinacije. U suradnji s HTZ-om sudjelovat ćemo u organizaciji i izvedbi studijskih putovanja novinara.

#### Internet oglašavanje Kongresnog ureda

U 2017. ćemo nastaviti s predstavljanjem Dubrovnika na specijaliziranom web izdanju [www.micePlaces.com](http://www.micePlaces.com), uz cjelogodišnji ugovor. Stranica pruža mnogobrojne mogućnosti meeting planerima, višestruko je nagrađivana.

#### Sajmovi Kongresnog ureda

U suradnji s HTZ-om predstaviti ćemo kongresnu i insentiv ponudu Dubrovnika na najvažnijim MICE sajmovima koji su u planu HTZ-a, kao i na tržištima koji su važni za promociju Dubrovnika kao MICE destinacije. Nastup Kongresnog ureda Dubrovnik je od izuzetne važnosti za promociju ovog segmenta, što pruža i dodatnu ozbiljnost predstavljanju cjelokupne destinacije i našem pozicioniranju na tržištu.

#### *Conventa, Ljubljana, siječanj 2017.*

Conventa se do sada pokazala kao najznačajniji skup te vrste za jugoistočnu Europu. Kongresni ured Dubrovnik će nastupiti uz HTZ, te kongresne urede Zagreba i Opatije, te mnogih hrvatskih hotela i agencija

#### *IMEX, Frankfurt, svibanj 2017.*

Jedan od vodećih specijaliziranih sajmova za MICE, HTZ organizira predstavljanje hrvatskih MICE subjekata, uz lokalne kongresne urede Zagreb, Opatija i Dubrovnik, nastupaju hoteli i agencije, te nacionalna avio kompanija. Redovito su najbrojniji izlagači iz Dubrovnika, a nastup lokalnog ureda je od izuzetne važnosti.

#### *Meeting Show, London, lipanj 2017.*

Paul Kennedy organizira već četvrto izdanje Meeting Show-a, specijaliziranog sajma za organizatore poslovnih putovanja za tržište Velike Britanije. Iz dosadašnjeg iskustva te na preporuku i poziv izlagača iz Dubrovnika te Kongresnog ureda TZ grada Zagreba, planiramo sudjelovanje na navedenom sajmu, posebno jer se radi o nama značajnom tržištu.

#### *IMEX America, listopad 2017.*

Dosadašnjom organizacijom IMEX America je apsolutno ispunio sva očekivanja i izlagača i organizatora skupova. Izvrsnom organizacijom i kvalitetnim odabirom kupaca, ovaj sajam se

nametnuo kao najveći događaj kongresne industrije na američkom tržištu. TZ Zagreba i TZ grada Dubrovnika zajedno organiziraju nastup na hrvatskom štandu.

*EIBTM Barcelona, studeni 2017.*

Druga najvažnija europska MICE burza EIBTM se organizira krajem godine, izuzetno aktivna po broju izlagača i organizatora poslovnih putovanja. Uz HTZ redovito nastupaju i svi lokalni kongresni uredi, te mnogobrojni hoteli i agencije.

#### Sudjelovanje na godišnjim skupštinama, kongresima i seminarima Kongresnog ureda

Stručno usavršavanje, praćenje trendova u MICE industriji i edukacija kroz stručne seminare i kongrese su od velike važnosti za kvalitetno funkcioniranje, kako na domaćem tako i na međunarodnom tržištu. Usvajanje novih saznanja doprinosi boljem pozicioniranju u skladu s trendovima u MICE ponudi i potražnji.

Aktiviranje kroz članstvo u ICCA-u, najvećoj profesionalnoj asocijaciji organizatora kongresa, korištenje njihove baze podataka, pozicioniranje Dubrovnika na ICCA ljestvici su prioriteti.

#### Studijska putovanja agenata Kongresnog ureda

Tijekom 2017. Dubrovnik je posjetio veliki broj studijskih grupa organizatora kongresa i novinara specijaliziranih za kongresnu industriju. Također, HTZ upućuje u Dubrovnik određeni broj organizatora kongresa na inspekcijska putovanja, a velikim dijelom su ostvarena i direktno preko našeg ureda. Prema mogućnostima, potporu pružamo i lokalnim privrednim subjektima, agencijama i hotelima prilikom organizacije ovakvih posjeta. Za navedene namjene planirali smo 50.000 Kn

#### Članarine Kongresnog ureda

Članstvo u vodećim stručnim asocijacijama je potrebno radi pozicioniranja Dubrovnika i Kongresnog ureda Dubrovnik na svjetskom MICE tržištu.

Planirano je obnoviti članarine za SITE (Society of Incentive Travel Executives) i ICCA (International Congress and Convention Association) .

TZ grada Dubrovnika je obnovila članstvo u udruženju USTOA.

Romana Vlašić

Direktorica